



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

Proyecto de Innovación y Mejora de la Calidad Docente

Convocatoria 2015

Nº de proyecto:331

Título del proyecto: ***“Creación de la Red UCM de emprendimiento universitario internacional a través de las buenas prácticas del TFM del MBA-UCM y las herramientas de Crowdsourcing”***

Nombre del responsable del proyecto: Mercedes Rodríguez Paredes

Centro: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Departamento de Economía Financiera y Contabilidad II (contabilidad)

1. Objetivos propuestos en la presentación del proyecto

El Máster Universitario en Administración y Dirección de Empresas (MBA) de la Universidad Complutense de Madrid culmina con un Trabajo Fin de Máster (TFM). El trabajo tiene como objetivo que los alumnos apliquen lo aprendido durante todo el curso en un solo caso. Para ello, se propone a los alumnos que elaboren un Business Plan de una idea de negocio que ellos mismos desarrollen y dicho trabajo, al igual que en las empresas, se tiene que trabajar en equipo.

En la mayoría de los casos, estas ideas de negocio no son más que un desarrollo intelectual sin un objetivo concreto de llevarlo a la práctica. Esta situación hace que el Business Plan final no tenga utilidad práctica. Adicionalmente, se pierde la esencia del máster ya que no es un máster de emprendimiento sino de Administración y Dirección de Empresas y en el esfuerzo de idear un negocio se diluye la atención del objetivo central.

Se pretende con esta propuesta acercar a ideas de emprendimiento con real intención de ser llevados a la práctica, consiguiendo que los estudiantes del MBA se sitúen en un caso real para que apliquen todos sus conocimientos. De esta forma, podrán concentrarse en el verdadero objetivo de este Máster.

Por otro lado, emprendedores universitarios de otros campos del conocimiento sin formación en administración y dirección de empresas obtendrán un apoyo valiosísimo sin costo. Por su parte, los profesores (tutores) actuarán indirectamente como asesores y mentores de los proyectos. Esto ayudará a la generación de un entorno propicio para la creación de nuevas empresas a partir de emprendedores universitarios.

Para poder conectar a estos emprendedores universitarios con estudiantes de MBA, se propone el desarrollo de una plataforma de crowdsourcing que permita el encuentro interdisciplinario e, incluso, internacional de alumnos de MBA con otros de otras especialidades y ramas. Esta medida podría canalizar el flujo de ideas y recursos humanos con diferentes formaciones para fortalecer los proyectos a fin de que puedan finalmente ser puestas en práctica y convertirse en empresas en marcha.

A su vez, el personal docente tendrá un roce con la innovación joven, lo que podrá hacer favorecer el descubrimiento de nuevas necesidades de los alumnos y esto haría que en años venideros se vaya ajustando el programa a las necesidades de la sociedad.

Con este trabajo se pretende sumar a otras universidades, tales como la Universidad Nacional de La Plata (Argentina) y la Universidad SEK (Chile), ya que son actualmente Universidades que colaboran muy activamente con el MBA y con el Máster Propio de Negocios Internacionales y Liderazgo Empresarial de la UCM. A su vez, este equipo se encuentra en la labor de conseguir apoyo por parte de la Red UNIVERSIA del Banco Santander, entidad que asimismo colabora con la UCM en el MBA.

2. Objetivos alcanzados

El TFM que se presenta en el MBA consiste en un Plan de NEGOCIO o creación de una empresa que los alumnos deben realizar en equipo.

El TFM debe comenzar por un resumen ejecutivo en el que se plasmen las ideas principales y debe finalizar por las conclusiones sobre la viabilidad y posible rentabilidad del proyecto. Las cuatro áreas temáticas que deben conformar la estructura de cada Plan de Negocio son:

- Análisis estratégico y organizacional.
- Plan de marketing.
- Análisis legal y fiscal.
- Análisis económico y financiero.

Para cada una de las áreas anteriores, el alumno va a estar tutorizado por un profesor especialista en cada una de dichas áreas.

Supone un resumen de toda la actividad propuesta en el plan de negocios. Es la herramienta de comunicación más utilizada para vender la idea a responsables corporativos, negociación con entidades financieras, captación de clientes clave etc. Debe incluir al menos los siguientes puntos:

- Resumen de los datos más significativos del mercado de referencia.
- Descripción del modelo de negocio, cadena de valor y modelo de ingresos.
- Reseña del equipo promotor y gestor a cargo del proyecto.
- Análisis de las diferentes áreas de organización (producción, marketing y recursos humanos).
- Cuadro resumen de los aspectos financieros, así como de las inversiones y su financiación.

Con este proyecto se han conseguido los siguientes objetivos:

1. Existe un espacio virtual que permita incentivar el emprendimiento y el encuentro entre emprendedores universitarios, estudiantes del Máster en Administración y Dirección de empresas y sus respectivos tutores.
2. Tenemos un contacto directo entre el tutor y los diferentes alumnos que forman parte del mismo equipo del TFM y emprendedores.
3. Disponemos de una coordinación en tiempo real del equipo de tutores, ya que en cada equipo de trabajo, tenemos cuatro áreas principales del business plan (organización, contabilidad y finanzas, marketing y legal y fiscal).
4. Se han utilizado diferentes redes sociales (facebook, twitter, LinkedIn, Blogspot y Youtube) ya que los trabajos que se defienden en muchos casos, se presentan a concursos de emprendedores y es necesario difundirlo a través de las redes sociales y crear redes de Networking tanto con empresas como con inversores institucionales y clientes potenciales. Esto le dará un contexto de realidad absoluta al business plan que los estudiantes realicen.

3. Metodología empleada en el proyecto

La iniciativa se enfocará en la Universidad Complutense de Madrid, pero este mismo proyecto se encuentra en proceso de análisis en la Universidad Nacional de La Plata (Argentina) y la Universidad SEK (Chile). Se ha realizado la creación de una plataforma virtual en la que los alumnos, ex-alumnos, profesores, investigadores y personal universitario puedan publicar sus ideas, proyectos y necesidades. Esto hará que dentro la universidad se genere sinergia entre diferentes recursos materiales e inmateriales, emprendedores y especialistas incluso a nivel internacional.

Los alumnos, ex-alumnos, profesores, investigadores y personal universitario podrán presentar sus proyectos, ideas, productos, prototipos, servicios y necesidades a través de la plataforma virtual, para poder interactuar con la plataforma, salvo para realizar aportes de recursos financieros y/o no financieros.

Los proyectos que requieran personal especializado, materiales, tecnología o cualquier otro recurso no monetario, una vez conseguido gracias a la plataforma, podrán seguir desarrollándose de manera independiente y continuar perfeccionando su idea o emprendimiento. Una vez alcanzado el nivel de desarrollo adecuado, será posible pasar a la siguiente fase: la de captación de fondos, a través del *crowdfunding*, para poder constituir una sociedad y comenzar su explotación comercial.

Utilizando las actividades habituales del MBA tales como: seminarios semanales, reuniones con tutores y encuentros de emprendedores, se busca asegurar el desarrollo de las diferentes iniciativas. Por otra parte, se procura dar difusión y respaldo a las *start-ups* a través de la red de contactos de la universidad.

La plataforma de *Crowdsourcing* es el eje central de esta propuesta, debido a que cumple las siguientes funciones:

- Punto de encuentro de emprendedores y personas interesadas en formar parte o colaborar en nuevos emprendimientos.
- Espacio de difusión de ideas para desarrollar.
- Espacio de publicación de necesidades no monetarias para emprendimientos del ámbito universitario.
- Espacio para la publicación de proyectos con necesidades de financiación.
- Punto de acceso a directorio de contacto con profesores (tutores) por especialidad
- Portal de difusión de actividades relacionadas con el emprendimiento universitario.
- Punto de información y gestión de la disponibilidad para la utilización de aparatos y tecnología propiedad de la universidad.
- Punto de encuentro con equipos emprendedores y/o especialistas de otros países.

Actualmente, la Universidad Complutense de Madrid no dispone de una plataforma de estas características, por lo que se ha externalizado dicho desarrollo y gestión, para evitar costes fijos y agilizar su implementación.

4. Recursos humanos

Los siguientes profesores forman parte del equipo de trabajo del departamento de Economía Financiera y Contabilidad II y serán los que coordinen, además de las actividades, a los tutores del área de contabilidad en el plan de negocios:

Mercedes Rodríguez
M^a Teresa Méndez Picazo
J.M. Pérez Fraile
Javier Cristóbal
Francisco Granados

La profesora Gracia Rubio Martín, pertenece al departamento de Economía Financiera y Contabilidad II (Administración y Finanzas de la Empresa) y es la coordinadora de los tutores del área de finanzas en el plan de negocios

Los profesores Pedro López y Jacobo García, pertenecen al departamento de Organización de la Empresa y coordinan los tutores del área de organización en el plan de negocios

El profesor Jesús García De Madariaga, pertenece al departamento de Comercialización e Investigación de Mercados y es el coordinador de los tutores del área de marketing en el plan de negocios

Hasta ahora, los miembros del equipo son profesores de la UCM, ya que la idea principal es la creación de una Red de emprendedores UCM, pero una vez que tengamos los resultados, pretendemos internacionalizarlo y aplicarlo a dos Universidades que están colaborando muy activamente en la UCM:

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA (ARGENTINA)

Juan Emilio Tettamanti
Andrea Morbelli
Maria Florencia Torilo

UNIVERSIDAD SEK (CHILE)

Carlos Pereira Albornoz
Fuenzalida Marín
Pedro Luis Prieto Hontoria

5. Desarrollo de las actividades

ACTIVIDAD 1: IMPLANTACIÓN DE LA PLATAFORMA DE CROWDSOURCING

El modelo de Crowdsourcing ha consistido en las siguientes etapas:

- 1- Realización de un acuerdo con una plataforma de Crowdsourcing adaptada a los requerimientos de este proyecto.
- 2- Establecimiento de un plan de trabajo con tutores y alumnos del MBA. Para ello nos hemos basado en el Trabajo de Fin de Máster en Finanzas de Empresa de la Universidad Complutense de Madrid de Juan Emilio Tettamanti.
- 3- Realizar alianzas estratégicas con empresas y/o empresarios que puedan colaborar con aportes de cualquier especie al proyecto.
- 4- Difundir en la plataforma para que emprendedores de diferentes facultades se pongan en contacto a través de la misma.

ACTIVIDAD 2: PRESENTACIÓN DEL PROYECTO AL EQUIPO DE TUTORES

La presentación de la idea de negocio consiste en las siguientes etapas:

- El equipo de trabajo de alumnos debe hacer una presentación de la idea de negocio a los tutores para analizar la viabilidad del proyecto. Para ello, el equipo ha presentado en 5 minutos aproximadamente la idea general del proyecto y una alternativa al mismo, en caso de que la idea principal no resulte viable.
- A cada equipo de trabajo se le ha asignado un grupo formado por cuatro o cinco tutores especializados en las cuatro áreas que forman el TFM. Uno de los tutores además, es el coordinador del equipo que se ha encargado de que el TFM se presente como un trabajo en equipo coordinando todas las áreas, tanto en el trabajo escrito como en la presentación final ante el Tribunal. Cada una de las áreas de cada uno de los trabajos (proyecto del equipo) ha sido supervisado por un tutor cuya misión se ha centrado en asesorar y enseñar a los alumnos sobre la correcta realización del mismo. Por consiguiente, en cada Plan de Negocio se han asignado 4/5 tutores (uno para cada área temática y alumno) por designación de la coordinación del MBA, teniendo en cuenta que cada profesor solamente tendrá la responsabilidad de un área temática o trabajo individual, salvo excepciones que resuelve la coordinación. Para la asignación de los proyectos individualizados a los diferentes tutores se ha tenido en cuenta la especialización, conocimientos y materia impartida de cada uno de ellos.
- Esta actividad está de forma online en la plataforma digital para que sirva de nexo de unión entre los 3 grupos que forman parte de este proyecto (emprendedores-alumnos MBA-empresas)

ACTIVIDAD 3: ORGANIZACIÓN DE SEMINARIOS Y CONFERENCIAS

Las actividades se publican en el espacio virtual para que todos los implicados puedan participar. Hemos contado con la colaboración de expertos y profesionales de empresas de reconocido prestigio. Las actividades han tenido diferentes áreas:

- a) Actividades dirigidas al TFM:
 - Presentación del TFM
 - Modelos de Negocio
- b) Actividades dirigidas al emprendimiento:
 - Emprendedor y empresario
 - Trabajo en equipo
 - Gestión del tiempo
 - Plataformas de emprendimiento
- c) Conferencias de temas especializados:
 - Evaluación y desarrollo en RRHH
 - Evolución de los RRHH
 - Prácticas de RRHH
 - Investment Readiness
 - Campaña de Marketing
 - Cómo actuar en una entrevista
 - Marketing estratégico

ACTIVIDAD 4: DEFENSA DEL TRABAJO FIN DE MASTER

La presentación y defensa consiste en lo siguiente: Los TFM culminan en una presentación y defensa pública por parte de sus autores ante un tribunal constituido al efecto. La defensa pública del trabajo es esencial para demostrar la madurez del estudiante. Será el comité de gestión del MBA, con la ayuda del Decanato, el que ponga en marcha el sistema de presentaciones. El tribunal calificador del TFM está integrado al menos por tres miembros, los cuales serán, preferentemente, profesores doctores, especialistas de cada una de las diferentes áreas que componen el TFM, siendo uno de ellos un profesional externo a la UCM. Todos los TFM que hayan obtenido la calificación de 5 o superior podrán ser publicados a través de los e-prints de la UCM.